DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Beberapa Perusahaan *Outdoor* di Kota Bandung Tahun 2025 2

Tabel 1.3 Produk di Wildshell..... 3

Tabel 1.4 Pra Survei *Personal Selling*, *Direct Selling*, dan Minat Beli Konsumen Pembelian Perlengkapan *Outdoor* 8

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 27

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... 36

Tabel 3.2 Data Penjualan Wildshell Tahun 2024 38

Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Korelasi..... 46

Tabel 3.4 Jadwal Kegiatan Penelitian..... 52

Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden..... 61

Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia 62

Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan 62

Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan..... 63

Tabel 4.5 Pedoman Interpretasi Skor Pernyataan 64

Tabel 4.6 Penjual memberikan informasi produk dengan akurat dan jujur..... 65

Tabel 4.7 Penjelasan yang diberikan tenaga penjual sesuai dengan kenyataan fisik produk yang saya terima. 66

Tabel 4.8 Tenaga penjual mampu menunjukkan bukti kualitas produk melalui demonstrasi atau penjelasan teknis yang meyakinkan..... 67

Tabel 4.9 Tenaga penjual memberikan respons yang cepat saat saya mengajukan pertanyaan. 68

Tabel 4.10 Keluhan atau kendala yang saya sampaikan ditangani dengan sigap oleh tenaga penjual 69
Tabel 4.11 Tenaga penjual sangat proaktif dalam membantu saya mencari ukuran atau warna produk yang saya inginkan. 70
Tabel 4.12 Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang memenuhi harapan saya. 71
Tabel 4.13 Tenaga penjual berhasil membangun citra bahwa produk Wildshell adalah produk premium dan tahan lama. 72
Tabel 4.14 Produk yang ditawarkan memberikan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan saya. 73
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel *Personal Selling* 73
Tabel 4.16 Pedoman Interpretasi Variabel Personal Selling 75
Tabel 4.17 Pedoman Interpretasi Skor Pernyataan 76
Tabel 4.18 Penjual memiliki penampilan yang menarik saat menawarkan produk... 77
Tabel 4.19 Interaksi langsung di toko mempermudah saya dalam membuat keputusan pembelian. 78
Tabel 4.20 Sikap ramah tenaga penjual saat tatap muka membuat saya merasa nyaman saat berbelanja. 79
Tabel 4.21 Tenaga telemarketing memberikan informasi produk dengan jelas dan mudah dipahami. 80
Tabel 4.22 Penawaran promo yang disampaikan melalui telepon atau pesan singkat menarik minat saya. 81

Tabel 4.23 Frekuensi komunikasi melalui telepon dilakukan dengan sopan dan tidak mengganggu kenyamanan saya. 82
Tabel 4.24 Saya mudah mengakses informasi produk melalui website atau media sosial Wildshell. 83
Tabel 4.25 Tampilan foto dan video produk di media sosial sangat membantu saya memahami bentuk asli produk. 84
Tabel 4.26 Admin media sosial memberikan respons yang informatif ketika saya bertanya melalui kolom komentar atau DM. 85
Tabel 4.27 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Direct Selling .. 85
Tabel 4.28 Pedoman Interpretasi Skor Pernyataan 88
Tabel 4.29 Pedoman Interpretasi Skor Pernyataan 89
Tabel 4.30 Saya memiliki niat untuk membeli produk Wildshell dalam waktu dekat. 89
Tabel 4.31 Saya mempertimbangkan merek Wildshell sebagai prioritas utama saat akan membeli perlengkapan mendaki..... 90
Tabel 4.32 Saya bersedia membeli produk Wildshell karena percaya pada kualitasnya. 91
Tabel 4.33 Saya bersedia merekomendasikan produk Wildshell kepada teman atau kerabat..... 92
Tabel 4.34 Saya akan menceritakan pengalaman positif menggunakan produk Wildshell kepada orang lain..... 93
Tabel 4.35 Saya akan mengajak orang terdekat untuk membeli produk Wildshell... 94
Tabel 4.36 Saya menjadikan produk Wildshell sebagai pilihan utama dibandingkan merek lain. 95

Tabel 4.37 Meskipun banyak merek baru bermunculan, saya tetap memilih Wildshell. 96

Tabel 4.38 Saya memiliki loyalitas terhadap produk Wildshell selama kualitasnya tetap terjaga. 97

Tabel 4.39 Saya selalu mencari informasi mengenai inovasi produk terbaru dari Wildshell. 98

Tabel 4.40 Saya aktif memantau katalog produk Wildshell untuk mengetahui keunggulan fiturnya. 99

Tabel 4.41 Saya sering membandingkan spesifikasi produk Wildshell dengan merek lain untuk memastikan keunggulannya..... 100

Tabel 4.42 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Minat Beli Konsumen 100

Tabel 4.43 Pedoman Interpretasi Variabel Minat Beli Konsumen..... 102

Tabel 4.44 Tabulasi Data Personal Selling (X_1) dan Minat Beli Konsumen (Y)..... 103

Tabel 4.45 Tabulasi Data Direct Selling (X_2) dan Minat Beli Konsumen (Y).....110

Tabel 4.46 Rekapitulasi Data Personal Selling (X_1), Direct Selling (X_2), dan Minat Beli Konsumen (Y) pada Wildshell Bandung.....116

Tabel 4.47 Ringkasan Hasil Pengujian Simultan..... 127